



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
HOTELERÍA**

EL IMPACTO PUBLICITARIO DE LA CATEGORÍA DE APUESTAS
ONLINE EN LA TRANSMISIÓN DE LA LIGA 1 DE FÚTBOL PERUANO
EN LA TELEVISIÓN DE PAGA DURANTE EL 2022

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Rojas Aguirre, Andrea Lucia

(0009-0008-0896-9111)

ASESOR

Mag. Márquez Buitrón, Ronald Arturo

(0009-0007-5636-2229)

Lima, 2023

Impacto publicitario apuestas

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
3	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1%
4	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	www.ey.com Fuente de Internet	<1%
6	www.euroinnova.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	<1%
8	zagan.unizar.es Fuente de Internet	<1%
9	polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1%

RESUMEN Y PALABRAS CLAVES

El presente trabajo tiene como finalidad exponer el impacto publicitario de la categoría de Apuestas Online en la transmisión de la Liga 1 de fútbol peruano en televisión de paga durante el 2022.

El sector de Apuestas Deportivas Online se ha desarrollado rápidamente en los últimos años, especialmente desde la participación de la selección peruana en el mundial de Rusia 2018. Además, con la pandemia del Covid-19 se incrementaron los hábitos de consumo digital por lo que esta categoría comenzó a tomar aún más relevancia, duplicando para 2022 el número de anunciantes y cuadruplicando sus inversiones publicitarias.

El fútbol es el deporte más popular en el Perú y también un foco de gran audiencia en la población. Por lo tanto, su difusión en los medios de comunicación se vuelve un espacio valioso para los anunciantes que quieren promocionar sus diversos productos o servicios. Durante los últimos tres años hemos detectado una concentración de marcas de la categoría de apuestas online en la transmisión del fútbol peruano, donde conviven entre seis a ocho de ellas al mismo tiempo, otorgando mensajes similares de promociones y bonos, acompañados de personajes característicos del deporte peruano.

Esta investigación presentará un análisis de este comportamiento publicitario, haciendo una revisión a detalle de inversiones en esta categoría y en los auspicios de la Liga 1, así también de los mensajes publicitarios que utilizan estas marcas.

Palabras clave: Transmisión, Inversión publicitaria, Mensajes publicitarios, apuestas online, Liga 1 de fútbol peruano

ABSTRACT

The purpose of this paper is to expose the advertising impact of the Online Betting category in the transmission of the Peruvian Soccer League 1 on pay TV in 2022.

The Online Sports Betting sector has developed rapidly in recent years, especially since the participation of the Peruvian national team in the Russia 2018 World Cup. In addition, with the Covid-19 pandemic, digital consumption habits increased, so this category began to take on even more relevance, doubling the number of advertisers and quadrupling their advertising investments by 2022.

Soccer is the most popular sport in Peru and also a focus of great audience in the population. Therefore, its broadcasting in the media becomes a valuable space for advertisers who want to promote their various products or services. During the last three years we have detected a concentration of brands in the online betting category in the broadcasting of the National Soccer, where six to eight of them coexist at the same time, granting similar messages of promotions and bonuses, accompanied by characters characteristic of Peruvian sports.

This research will present an analysis of this advertising behavior, making a detailed review of investments in this category and in the sponsorship of the National Tournament, as well as the advertising messages used by these brands.

Keywords: Broadcasting, Advertising investment, Advertising messages, online betting, Peruvian Soccer League 1